

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	Tema 1. Neuromarketing y nuevas tecnologías: implementación y análisis 1.1. Introducción y objetivos 1.2. Función de la tecnología 1.3. Herramientas 1.4. Tipos de tecnologías	Huella UNIR (2,6 puntos)	Presentación de la asignatura Clase del Tema 1
Semana 2	Tema 1. Neuromarketing y nuevas tecnologías: implementación y análisis (continuación) 1.5. El consumidor digital 1.6. Aplicaciones a la industria 1.7. Impacto de las nuevas tecnologías 1.8. Crítica a las nuevas tecnologías 1.9. Referencias bibliográficas	Test Tema 1 (0,1 puntos)	Clase del Tema 1
Semana 3	Tema 2. El consumidor conectado 2.1. Introducción y objetivos 2.2. <i>Social media</i> 2.3. Conceptos básicos 2.4. Herramientas de persuasión 2.5. Contenidos 2.6. Gamificación 2.7. Herramientas de medición 2.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 2 (0,1 puntos)	Clase del Tema 2
Semana 4	Tema 3. Realidad virtual y aumentada en neuromarketing 3.1. Introducción y objetivos 3.2. Descripción y origen de la realidad aumentada y virtual 3.3. Tecnología asociada a la RV 3.4. Aplicaciones de la RV 3.5. Aplicaciones de la RV en marketing 3.6. Ventajas y desventajas de la RV aplicada al neuromarketing 3.7. Casos prácticos 3.8. Referencias bibliográficas	Test Tema 3 (0,1 puntos)	Clase del Tema 3

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 5	<p>Tema 4. Tecnologías aplicadas a la experiencia de cliente y de usuario: investigación y usabilidad</p> <p>4.1. Introducción y objetivos 4.2. Definición y origen 4.3. Objetivos de la usabilidad 4.4. Objetivos de la experiencia de usuario 4.5. Experiencia centrada en el usuario 4.6. Técnicas de investigación 4.7. Movilidad 4.8. Beneficios</p>	<p>Entrega Actividad 1 (3 puntos)</p> <p>Test Tema 4 (0,1 puntos)</p>	Clase del Tema 4
Semana 6	<p>Tema 5. Neuromarketing: emociones y comunicación visual de páginas web</p> <p>5.1. Introducción y objetivos 5.2. Descripción de un caso 5.3. Herramientas 5.4. Métricas 5.5. Resultados 5.6. Mejoras aplicables</p>	<p>Test Tema 5 (0,1 puntos)</p>	Clase del Tema 5
Semana 7	<p>Tema 6. Ciudades inteligentes</p> <p>6.1. Introducción y objetivos 6.2. Definición y origen 6.3. Sensores 6.4. Ejemplos 6.5. Mobiliario urbano</p>	<p>Entrega Actividad 2 (3 puntos)</p>	<p>Clase de resolución de la Actividad 1</p> <p>Clase del Tema 6</p>
Semana 8	<p>Tema 6. Ciudades inteligentes (continuación)</p> <p>6.6. Técnicas de investigación en neuromarketing 6.7. Movilidad 6.8. Beneficios y críticas 6.9. Referencias bibliográficas</p>	<p>Test Tema 6 (0,1 puntos)</p>	Clase del Tema 6
Semana 9	<p>Tema 7. Wearables</p> <p>7.1. Introducción y objetivos 7.2. Definición y origen 7.3. Internet de las cosas 7.4. Sensores 7.5. Gafas Google 7.6. Moda 7.7. Técnicas de investigación en neuromarketing aplicadas a los <i>wearables</i> 7.8. Referencias bibliográficas</p>	<p>Actividad grupal Lectura individual</p> <p>Test Tema 7 (0,1 puntos)</p>	<p>Clase de resolución de la Actividad 2</p> <p>Clase del Tema 7</p>
Semana 10		<p>Actividad grupal Aula de discusión</p>	<p>Presentación de la Actividad grupal</p>

	CONTENIDO TEÓRICO	ACTIVIDADES (15 puntos)	CLASES EN DIRECTO
Semana 11	Tema 8. Reconocimiento facial y de voz 8.1. Introducción y objetivos 8.2. Antecedentes 8.3. Modelos 8.4. Aplicaciones 8.5. Alexa, Siri, Google, Cortana 8.6. <i>Call centers</i> y neuromarketing 8.7. Videollamadas y neuromarketing 8.8. Fiabilidad 8.9. Futuro	Test Tema 8 (0,1 puntos)	Sesión de Recomendación de Examen Clase del Tema 8
Semana 12		Entrega de Actividad grupal (5,4 puntos)	Clase de Resolución de la Actividad grupal
Semana 13	Tema 9. Analítica <i>in-shop</i> 9.1. Introducción y objetivos 9.2. Tecnología de identificación de visitantes 9.3. <i>Apps</i> y movilidad 9.4. Escaparatismo 9.5. Otras neurotecnologías para la tienda 9.6. Análisis y resultados	Test Tema 9 (0,1 puntos)	Clase del Tema 9
Semana 14	Tema 10. Optimización, monitorización y métricas de marketing en las nuevas tecnologías 10.1. Introducción y objetivos 10.2. <i>Split test</i> 10.3. <i>A/B testing</i> 10.4. Test multivariable 10.5. Web <i>heatmaps</i> 10.6. Métricas en marketing digital 10.7. Referencias bibliográficas	Test Tema 10 (0,1 puntos)	Clase del Tema 10
Semana 15	Clase de Repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

NOTA

Esta **Programación semanal** puede ser modificada si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.